COMMUNIQUÉ DE PRESSE

Levallois, le 25 janvier 2016

Mediametrie

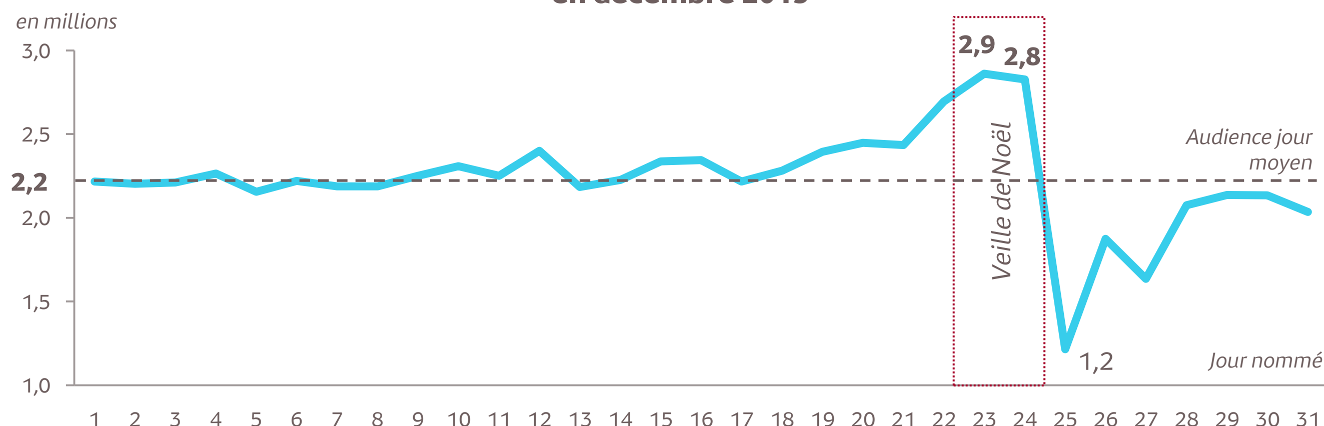
Audience Internet Ordinateur en France en décembre 2015

Plus de 2 internautes sur 5 sur les sites de Cuisine et Gastronomie pendant les fêtes de Noël

En décembre 2015, 20,3 millions de visiteurs uniques se sont rendus sur les sites de la sous-catégorie « Cuisine / Gastronomie », soit plus de 2 internautes sur 5 (43,6%). Cela représente une progression de 10% par rapport à novembre 2015 avec 1,8 million de visiteurs uniques supplémentaires.

Au quotidien en décembre, 2,2 millions d'internautes ont visité au moins une fois un ou plusieurs sites de recettes de cuisine. C'est à la veille des fêtes de Noël que l'audience de la sous-catégorie était à son apogée. Les 23 et 24 décembre, respectivement 2,9 et 2,8 millions de visiteurs uniques se sont connectés aux sites de la sous-catégorie « Cuisine / Gastronomie ».

Audience quotidienne de la sous-catégorie « Cuisine / Gastronomie » en décembre 2015



Les CSP+ apprécient particulièrement les sites de Cuisine et Gastronomie : ils étaient plus d'un sur 2 (58,3%) à avoir consulté au moins un de ces sites en décembre, soit 7,6 millions de visiteurs uniques. Ils composaient 37,6% de l'audience de la sous-catégorie alors qu'ils représentaient 28% de l'ensemble des internautes.

En décembre 2015, le site Marmiton arrivait en tête de la sous-catégorie avec 9 millions de visiteurs uniques dans le mois. Il était suivi de 750g.com avec 5 millions de visiteurs uniques et du Journal des Femmes Cuisine avec 4,6 millions de visiteurs uniques.

Top 3 de la sous-catégorie « Cuisine / Gastronomie » en Décembre 2015

Brands / Channel	Visiteurs uniques	Visiteurs uniques par jour moyen	Couverture internaute
Marmiton - TS	**9 064 000**	585 000	19,5%
750g.com - TS	**5 000 000**	277 000	10,8%
Le Journal des Femmes Cuisine - TS	**4 635 000**	246 000	10,0%

Source : Mediametrie//NetRatings – Tous lieux de connexion – Applications Internet incluses – France – Décembre 2015 – Base : 2 ans et plus – Copyright Médiamétrie – Tous droits réservés

COMMUNIQUÉ DE PRESSE

mediametrie // NetRatings

Audience Internet Ordinateur en France en décembre 2015

Le Top 50 des Groupes les plus visités en France

P

Rang	Groupes	Visiteurs Uniques par mois
1	Google	40 435 000
2	Microsoft	34 312 000
3	Facebook	25 145 000
4	Groupe Figaro	23 302 000
5	Amazon	21 385 000
6	Webedia	21 305 000
7	Orange	20 280 000
8	Solocal Group	17 407 000
9	Groupe Lagardere	16 271 000
10	Vivendi	16 115 000
11	Schibsted	16 095 000
12	Wikimedia Foundation	15 379 000
13	Iliad	14 451 000
14	M6	14 177 000
15	Groupe Auchan	13 837 000
16	Groupe Casino	13 339 000
17	Fnac	13 155 000
18	La Poste	13 029 000
19	Groupe Le Monde	13 002 000
20	Yahoo	12 344 000
21	Prisma Media	12 285 000
22	auFeminin	12 097 000
23	francetélévisions	11 508 000
24	eBay	11 147 000
25	Groupe Credit Agricole	10 887 000
26	Association VideoLAN	10 205 000
27	Groupe Numericable - SFR	10 084 000
28	Altice Media Group	10 059 000
29	Groupe Amaury	9 948 000
30	Groupe TF1	9 469 000
31	Apple Computer	9 430 000
32	Next Radio TV	8 675 000
33	Gouvernement Francais	8 648 000
34	Ministere de l Education Nationale	8 199 000
35	Carrefour	7 699 000
36	Mondadori	7 487 000
37	SNCF France	7 375 000
38	DARTY	6 951 000
39	Societe Generale	6 895 000
40	PriceMinister	6 876 000
41	Assurance Maladie	6 497 000
42	E.Leclerc	6 346 000
43	20 Minutes France	5 984 000
44	Ministere de l Economie des Finances et de l Industrie	5 927 000
45	OTTO	5 856 000
46	InterActiveCorp	5 688 000
47	Oredis	5 601 000
48	La Redoute	5 595 000
49	Twitter	5 438 000
50	Pole Emploi	5 431 000

Source : Mediametrie//NetRatings – Tous lieux de connexion – Applications Internet incluses – France – Décembre 2015 – Base : 2 ans et plus – Copyright Médiamétrie – Tous droits réservés

Audience Internet Ordinateur en France en décembre 2015

Le Top 50 des Sites les plus visités en France

Rang	Marques B	Visiteurs uniques par mois	Visiteurs uniques par jour
1	Google	39 479 000	15 373 000
2	Facebook	25 016 000	7 285 000
3	Microsoft	24 528 000	3 654 000
4	YouTube	22 589 000	3 780 000
5	Amazon	21 140 000	2 645 000
6	Orange - T	18 466 000	4 939 000
7	Windows Live	16 452 000	2 533 000
8	Leboncoin.fr - TS OJD	16 086 000	2 644 000
9	Wikipedia	15 123 000	1 449 000
10	PagesJaunes	14 270 000	1 202 000
11	Skype	14 230 000	4 395 000
12	Free	13 758 000	1 616 000
13	Fnac	13 110 000	1 095 000
14	Cdiscount	12 616 000	1 104 000
15	France Televisions - TS OJD	11 508 000	976 000
16	Yahoo - T	10 795 000	2 388 000
17	Videolan	10 205 000	1 383 000
18	CommentCaMarche - TS	10 157 000	618 000
19	Blogger	9 935 000	746 000
20	Le Figaro - TS OJD	9 623 000	883 000
21	SFR	9 334 000	1 748 000
22	Apple	9 308 000	1 008 000
23	Marmiton - TS	9 064 000	585 000
24	Dailymotion - TS	8 780 000	601 000
25	Le Monde - TS OJD	8 733 000	846 000
26	MSN - T	8 647 000	1 668 000
27	Linternaute.com - TS	8 548 000	539 000
28	OverBlog	8 520 000	535 000
29	eBay	8 424 000	1 076 000
30	AlloCine - TS	8 232 000	634 000
31	Outlook (Outlook.com)	8 212 000	1 733 000
32	Bing	7 856 000	1 226 000
33	Credit Agricole	7 345 000	1 390 000
34	Carrefour	7 000 000	506 000
35	L Express.fr - TS OJD	6 971 000	472 000
36	Tele Loisirs - TS OJD	6 891 000	902 000
37	PriceMinister	6 815 000	556 000
38	Le Journal des Femmes - TS	6 781 000	414 000
39	Darty	6 671 000	405 000
40	Assurance Maladie	6 495 000	486 000
41	Le Parisien - TS OJD	6 372 000	525 000
42	LA POSTE	6 344 000	900 000
43	CanalBlog - TS	6 095 000	371 000
44	20minutes.fr - TS OJD	5 984 000	489 000
45	Mappy	5 983 000	369 000
46	MYTF1 - T	5 905 000	463 000
47	E.Leclerc	5 826 000	400 000
48	L Obs - TS OJD	5 660 000	411 000
49	Boulanger	5 648 000	317 000
50	Voyages-Sncf.com	5 631 000	351 000

Source : Mediametrie//NetRatings – Tous lieux de connexion – Applications Internet incluses – France – Décembre 2015 – Base : 2 ans et plus - Copyright Médiamétrie – Tous droits réservés

Définitions et méthodologie

Groupe ou Parent (P) : Le Parent est un niveau qui consolide l'audience d'un ensemble de marques (Brand). Il est important de noter qu'une brand ne peut être comptabilisée que dans un seul Parent.

Le Parent est la société qui est l'actionnaire principal des brands (et non des URLs) qui lui sont rattachées.

Marque ou Brand (B) : La Brand est le niveau « marque ». Une brand est un agrégat de domaines, de sous-domaines et/ou de pages identifiés par un même logo de façon cohérente et homogène.

Channel (C) : Le Channel désigne une thématique/chaîne. Il rassemble les contenus d'une marque qui ont une même thématique. Ce niveau est un sous-ensemble d'URLs de la Brand recoupant la même thématique (exemple : news, mail, etc.).

Visiteurs Uniques par mois : Nombre total d'individus ayant visité un groupe ou un site au moins une fois pour le mois concerné quel que soit leur lieu de connexion : domicile, travail, autres lieux. Les individus ayant visité le même groupe (ou le même site) plusieurs fois ne sont comptés qu'une seule fois.

Visiteurs Uniques par jour : Nombre d'individus ayant visité un site au moins une fois au cours d'une journée moyenne pour le mois concerné. Les individus ayant visité le même site plusieurs fois ne sont comptés qu'une seule fois pour cette journée.

Application Internet : Une application Internet regroupe tout fichier « .exe » repéré par le logiciel et qui a été créée pour être utilisée avec Internet.

- Exemples d'applications Internet : applications de messageries instantanées, applications de lecteurs de contenu audio/vidéo, applications de partage de fichiers média...

- Exemples d'applications non Internet : les logiciels basiques (traitement de texte, logiciels de base de données, etc.), les programmes d'installation, les systèmes d'exploitation ou autres logiciels systèmes (impression, etc.).

La mesure d'audience des sites Internet est hybride depuis les résultats du mois d'août 2012. Une notification accompagne le nom des Brands :

- les acteurs ayant participé à la mesure par l'implémentation d'un **T**ag sur au moins 50 % de leur périmètre sont notifiés d'un « **T** »
- les acteurs dont le périmètre est intégralement taggé sont notifiés d'un « **TS** » (pour **T**aggé 100 % **S**ite-Centric)
- les acteurs dont le périmètre est intégralement taggé et certifié par l'**OJD** sont notifiés d'un « **TS OJD** »

La mesure de l'Audience Internet Ordinateur

La mesure de l'Audience Internet Ordinateur s'appuie sur Panel France de Mediametrie//NetRatings, un échantillon de 20 000 individus, recrutés par téléphone et sur Internet, représentatif de la population des internautes français sur ordinateur âgés de 2 ans et plus, résidant en France et disposant d'un accès Internet à domicile et / ou sur le lieu de travail. La mesure de l'Audience Internet Ordinateur est hybride depuis les résultats d'août 2012. Unique et innovante, la méthodologie hybride consiste à enrichir les données du panel Mediametrie//NetRatings par des données site-centric issues des mesures certifiées par l'OJD, de la mesure eStat et d'un tag light proposé aux acteurs ne disposant pas d'une mesure site-centric certifiée. Les informations d'audience et d'usage Internet sur ordinateur sont disponibles mensuellement sur plus de 8 000 sites, par cible (les femmes, les jeunes, les seniors, les cadres…), par catégorie de sites (sites d'actualités, sites e-commerce, sites de voyages…) et par lieu de connexion (domicile, lieu de travail, domicile et travail ou tous lieux de connexion).

A propos de Médiamétrie et Mediametrie//NetRatings

Leader des études médias, Médiamétrie observe, mesure et analyse les comportements du public et les tendances du marché. Créée en 1985, Médiamétrie développe ses activités en France et à l'international sur la Télévision, la Radio, l'Internet, le Cinéma, le Téléphone Mobile et le Cross-Médias. En 2014, Médiamétrie a réalisé un chiffre d'affaires de 82,4 M€.

Mediametrie//NetRatings est la société créée et détenue conjointement par Médiamétrie et Nielsen. Mediametrie//NetRatings développe et commercialise en France les mesures de référence de l'audience Internet et de l'efficacité online.

Web : www.mediametrie.fr
Twitter : www.twitter.com/Mediametrie
Facebook : www.facebook.com/Mediametrie

Contact Presse :
Isabelle Lellouche Filliau
Tél : 01 47 58 97 26
Ilellouche-filliau@mediametrie.fr